

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN MINIMARKET SINAR REJEKI
DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Diajukan Oleh :

MARDIANAH
0612010031 / FE /EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2010

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MINI MARKET SINAR REJEKI DI SIDOARJO** dapat diselesaikan dengan baik dan dengan kesungguhan hati.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak, maka akan sulit sekali bagi penulis untuk dapat menyusun skripsi ini. Pada kesempatan yang baik ini, perkenankan penulis dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati untuk menyampikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP., Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin N, MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Drs. Ec. Suhartuti, MM sebagai dosen pembimbing utama yang telah mengarahkan dan meluangkan waktu guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa.
6. Ucapan terima kasih kepada Keluargaku, Bapak dan Ibu serta teman-teman yang senantiasa memberikan do’a dan dukungan baik moral maupun materiil dengan tulus ikhlas.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa isi dan cara penyajian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalaminya di masa yang akan datang.

Surabaya, Oktober 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Pengertian Pemasaran	10
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2.3. Konsep Pemasaran	12
2.2.4. Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.2.5. Pengertian Jasa	14
2.2.6. Karakteristik Jasa	15
2.2.7. Pengertian Kualitas	17

2.2.8. Pengertian Kualitas Layanan	18
2.2.9. Dimensi Kualitas Layanan	20
2.2.10. Pengertian Kepuasan Pelanggan	22
2.2.11. Atribut–Atribut Pembentuk Kepuasan Pelanggan.....	23
2.2.12. Mengukur Kepuasan Pelanggan	25
2.2.13. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.3. Kerangka Konseptual	33
2.4. Hipotesis.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.1.1 Definisi Operasional	35
3.1.2 Pengukuran Variabel	38
3.2. Teknik Penentuan Sampel	39
3.3. Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1 Jenis Data	41
3.3.2 Pengumpulan Data	41
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	42
3.4.1. Teknik Analisis	42
3.4.2. Asumsi Model (Structural Equation Modelling)	43
3.4.3. Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal	44
3.4.4. Pengujian Model dengan <i>One Step Approach</i>	47
3.4.5. Evaluasi Model	47
3.4.6. Interpretasi Hasil	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Operasional	54
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	54
4.1.2. Struktur Organisasi	54
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	57
4.2.1. Gambaran Umum Keadaan Responden	57
4.2.2. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X)	58
4.2.3. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	64
4.3. Deskripsi Hasil Analisis Dan Uji Hipotesis	65
4.3.1. Uji Normalitas Sebaran dan Linieritas	65
4.3.2. Evaluasi atas <i>Outlier</i>	66
4.3.3. Deteksi <i>Multicollinierity</i> dan <i>Singularity</i>	67
4.3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	67
4.3.5. Pengujian Model Dengan <i>One-Step Approach</i>	71
4.3.6. Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal	73
4.4. Pembahasan	74
4.4.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Keluhan Pelanggan Mini Market Sinar Rejeki 2005-2008.....	4
Tabel 1.2.	Data Penjualan Mini Market Sinar Rejeki 2005-2008	4
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	57
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.3.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi <i>Tangible</i> (X ₁)	59
Tabel 4.4.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi <i>Reliability</i> (X ₂)	60
Tabel 4.5.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi <i>Responsiveness</i> (X ₃)	61
Tabel 4.6.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi <i>Assurance</i> (X ₄)	62
Tabel 4.7.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi <i>Empahty</i> (X ₅)	63
Tabel 4.8.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel <i>Kepuasan</i> <i>Pelanggan</i> (Y)	64
Tabel 4.9.	Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.10.	Hasil Pengujian <i>Outlier Multivariate</i>	67
Tabel 4.11.	Faktor Loading dan Konstruk dengan Confirmatory Factor Analysis	68
Tabel 4.12.	Pengujian <i>Reliability Consistency Internal</i>	69

Tabel 4.13.	<i>Construct Reliability & Variance Extrated</i>	71
Tabel 4.14.	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	72
Tabel 4.15.	Hasil Pengujian Kausalitas	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Contoh Model Pengukuran Faktor <i>Tangible</i>	43
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi	55
Gambar 4.2.	Model Pengukuran Kausalitas <i>One Step Approach</i>	72

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MINI MARKET SINAR REJEKI DI SIDOARJO

Mardianah

Abstraksi

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Minimarket Sinar Rejeki.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Skala pengukuran variabel menggunakan skala interval. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Mini Market Sinar Rejeki yang sedang berbelanja. Jenis data penelitian adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh sebagai tanggapan dari kuesioner yang disebarkan kepada responden dan juga hasil dari wawancara dengan pihak-pihak yang mendukung penelitian ini. Model yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM).

Dari hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis yang diajukan dapat terbukti kebenarannya.

Key words : *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Akibat terjadinya krisis ekonomi yang berkepanjangan telah memberikan dampak yang begitu berat oleh berbagai pihak, termasuk para usahawan yang telah lama mendirikan usahanya. Karena imbas dari krisis ekonomi ini tidak hanya memperburuk seluruh perekonomian di Indonesia, tetapi juga perekonomian seluruh masyarakat di Indonesia. Banyak bidang usaha yang didirikan menjadi terhenti, bangkrut hingga akhirnya gulung tikar. Hal tersebut terjadi karena dana yang tersedia tidak cukup untuk membiayai biaya operasional perusahaan yang mengalami kenaikan yang cukup tajam, akibat naiknya nilai mata uang dollar terhadap rupiah, sehingga biaya operasional yang digunakan menjadi tidak seimbang dengan pendapatan yang diperoleh dari hasil produksi perusahaan.

Agar tetap dapat merebut pasar dan memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat membaca peluang pasar yang ada serta apa saja kebutuhan dan keinginan dari para konsumen. Karena kondisi persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif mengharuskan setiap perusahaan mengkaji ulang yang digunakannya agar tidak kehilangan pelanggannya dan demi mencapai keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan

kepada pelanggan sangat penting dalam menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas layanan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan (Nasution, 2004 : 45).

Perkembangan usaha tempat perbelanjaan pada saat ini sangat maju pesat sehingga persaingan usaha tempat perbelanjaan sangat ketat dan masing-masing tempat perbelanjaan berusaha menawarkan keunggulan – keunggulan yang mereka miliki pada pelanggan, disini masing-masing pengusaha sudah harus mampu membaca segmen masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. pelanggan yang dihadapkan pada berbagai alternative pilihan tempat perbelanjaan, sehingga mengakibatkan para pengelola tempat perbelanjaan dituntut untuk lebih mengikuti perkembangan pasar sebagai dasar penetapan keputusan pelanggan.

Seperti halnya Minimarket Sinar Rejeki yang terletak di Jl. Ratu Ayu 66 – Wage merupakan salah satu tempat perbelanjaan di Sidoarjo yang saat ini dan akan terus tengah berjuang agar dapat tetap bertahan dan bersaing dengan toko-toko pengecer atau swalayan lain yang jumlahnya semakin bertambah.

Minimarket Sinar Rejeki merupakan perusahaan eceran yang menjual beraneka ragam kebutuhan pribadi dan konsumsi rumah tangga sehari-hari dengan dasar melayani sendiri (self service), namun dari beberapa hal dari sekian banyak jenis Minimarket yang ada memiliki perbedaan antara yang satu dengan yang lain, diantaranya adalah dari segi harga, jaminan (garansi), pelayanan dan lokasi Minimarket itu sendiri dan banyak lainnya, setiap pelanggan memiliki penilaian terhadap berbagai situasi tersebut.

Agar dapat sukses, perusahaan harus dapat mencari cara untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, melalui upaya menghasilkan dan pencapaian produk yang diinginkan pelanggan dengan harga yang pantas. Salah satu cara untuk dapat memahami kepuasan dari pelanggan adalah dengan cara selalu memperhatikan dan selalu mengevaluasi kualitas layanan yang telah diberikan kepada pelanggan nya. Untuk dapat memberikan layanan yang lebih baik, salah satunya adalah dengan selalu memperhatikan surat keluhan yang disampaikan pelanggan. Didapat dari data bahwa selama empat tahun, yaitu tahun 2005 – 2008 telah terjadi

peningkatan surat keluhan pelanggan melalui kotak saran yang didapat dari Mini Market Sinar Rejeki.

Tabel 1.1.

Data Keluhan Pelanggan Mini Market Sinar Rejeki 2005 – 2008

	2005	2006	2007	2008
Stock barang kosong	8	10	11	14
Harga dikasir tidak sesuai dengan harga di rak	3	7	10	12
Cacat kemasan	5	7	9	11
Tempat parkir	2	6	7	9
Kurang ramahnya para pramuniaga kepada pelanggan	4	6	8	10

Sumber : Data Keluhan pelanggan Mini Market Sinar Rejeki

Dengan adanya informasi diatas tentang surat keluhan dari Pelanggan yang selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun tersebut, dapat dijadikan bahan evaluasi tentang masih kurangnya layanan yang diberikan oleh pihak Minimarket Sinar Rejeki kepada pelanggannya. Dengan data kepuasan pelanggan rendah, maka mempengaruhi penjualan pada Minimarket Sinar Rejeki juga mengalami penurunan sebagaimana tercantum pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2 : Data Penjualan Mini Market Sinar Rejeki 2005 – 2008

TAHUN	JUMLAH PENJUALAN
2005	Rp. 81.948068.000,-
2006	Rp. 81.197.444.000,-
2007	Rp. 76.859.879.000,-
2008	Rp. 75.887.576.000,-

Sumber : Data Penjualan Mini Market Sinar Rejeki

Menurut Kotler dan Amstrong (1996:583) bahwa "kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, selain itu juga berpengaruh menciptakan keuntungan badan usaha. Semakin tinggi kualitas badan usaha yang diberikan kepada pelanggan, semakin tinggi pula kepuasan yang diperoleh oleh pelanggan.

Kualitas yang dihasilkan suatu perusahaan sama dengan nilai (value) yang diberikan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup para pelanggan. Semakin tinggi nilai yang diberikan, maka semakin besar pula kepuasan pelanggan. (Hensler dan Brunell, 1993) yang dikutip Tjiptono (2001:14).

Adapun menurut Parasurrahan, et, al., (1985) seperti yang dikutip oleh Tjiptono terdapat lima dimensi dalam kualitas layanan, yaitu : *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Empati).

Kelima dimensi kualitas layanan ini menjadi kesan awal yang diterima pelanggan apabila mengunjungi perusahaan tersebut. Persepsi puas atau tidak puas bergantung pada kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. (Kusumawatie, 2005) dalam situasi persaingan yang semakin kompleks, kebutuhan dan keinginan pelanggan selalu meningkat diikuti dengan tingkat kemampuan tertentu dari pelanggan. Semakin tinggi tingkat kemampuan pelanggan maka semakin tinggi pula tuntutan yang diminta dalam pelayanan.

Apabila tuntutannya terpenuhi pelanggan akan puas, yang kemudian akan melakukan pembelian ulang dan pada akhirnya pelanggan menjadi tidak mudah pindah ke badan usaha lainnya, selain itu pelanggan yang puas akan membantu untuk mendapatkan pelanggan baru.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

”Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Minimarket Sinar Rejeki? ”

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang permasalahan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

” Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Minimarket Sinar Rejeki ”.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan akan didapat dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Minimarket Sinar Rejeki

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam menentukan kebijaksanaan dimasa datang. Selain itu juga sebagai masukan informasi bagi Minimarket Sinar Rejeki guna memperbaiki, mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan sehingga memberikan kepuasan pelanggannya. Serta untuk dapat meningkatkan mutu dan pelayanan kepada pelanggan.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk lebih memahami dan memperdalam pengetahuan khususnya seluk beluk tentang kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan serta mengetahui manfaat tentang perlunya menaikkan kepuasan kepada pelanggan.

c. Bagi UPN ” Veteran ” Jawa Timur

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah karya ilmiah untuk melengkapi referensi perpustakaan serta dapat digunakan untuk menambah pengetahuan bagi mahasiswa yang ingin mengkaji lebih luas tentang analisis tentang kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan serta dapat dijadikan sebagai bahan pembanding dalam melakukan penelitian yang serupa dimasa yang akan datang.